

<<公共关系学新论-组织形象管理>>

图书基本信息

书名：<<公共关系学新论-组织形象管理>>

13位ISBN编号：9787305009044

10位ISBN编号：7305009040

出版时间：1998-11

出版时间：南京大学出版社

作者：袁传荣

页数：374

字数：268000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<公共关系学新论-组织形象管理>>

书籍目录

第一编 公共关系原理 第一章 公共关系的起源与发展 第一节 什么是公共关系 第二节 公共关系产生的条件与现状 第三节 公共关系在我国的兴起 第二章 公共关系的基本原则 第一节 公共关系的构成 第二节 组织形象 第三节 公众心理与行为 第三章 公共关系的基本原则 第一节 事实性原则 第二节 互惠互利原则 第三节 全员PR原则 第四节 艺术性和科学性相结合原则 第二编 公共关系实务 第四章 公共关系的传播媒介 第一节 大众传播媒介的业务 第二节 新闻敏感与新闻业务 第三节 创造与借助 第四节 公共关系广告 第五章 公共关系工作的基本程序 第一节 调查分析 第二节 制定计划 第三节 活动实施 第四节 评估结果 第六章 公共关系人员的素质及其培训 第一节 对公关人员的基本素质要求 第二节 对公关人员的基本技能要求 第三节 对公关人员的品德要求 第四节 公关人员的选拔、培训与考评 第三编 市场中的公共关系 第七章 企业管理公共关系 第一节 企业管理与企业内部公关 第二节 职工沟通 第三节 股东沟通 第八章 市场营销公共关系 第一节 市场营销与企业外部公关 第二节 企业与消费者的关系 第三节 企业与供销部门的关系 第四节 企业与社区的关系 第五节 企业与政府主管部门的关系 第九章 危机处理 第一节 危机应变 第二节 危机处理 ..... 第四编 政治中的公共关系 第五编 其它公共关系

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>